



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Outsourcing y Fidelización en la Empresa Jaamsa, Cercado de Lima, 2019

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Bachiller en Administración

AUTORA:

Anali Reydelinda, Portocarrero Ramos (ORCID: 0000-0001-6744-3744)

ASESORA:

Mgtr. Maúrtua Gurmendi, Luzmila Gabriela (ORCID: 0000-0002-0812-3473)

LINEA DE INVESTIGACIÓN

Gestión de Organizaciones

LIMA – PERÚ

2019

### **Dedicatoria**

Agradezco a Dios, a mi madre y hermanos quienes me apoyaron desde un inicio y me brindaron la fortaleza de seguir mis metas y sueños a mi hijo Sebastián; que es mi mayor fuerza y quien me motiva cada día a enfrentar cada adversidad que se pueda presentar. A mi esposo Luis Ramos por siempre haberme motivado a ser una profesional esperando paciente a que culminé mis estudios dándome su apoyo y entendiendo todo mi esfuerzo, por todo ese tiempo que quizás no estuve con ellos, pero si con su amor incondicional les llena de satisfacción y orgullo mi gran logro y éxito, finalmente gracias a todos ellos.

***Anali Portocarrero R.***

### **Agradecimiento**

Quiero agradecer en primer lugar a Dios por la vida y guiarme en este camino tan largo lleno de dificultades, alegrías y retos, para así llegar a cumplir mis objetivos.

El agradecimiento a la Universidad Cesar Vallejo, Y a todos los profesionales que contribuyeron e hicieron posible que se realice la culminación del grado.

De igual manera agradezco a mis asesores, en especial a la Miss Teresa Gonzales por su gran apoyo, a la Mg. Luzmila Mautua por su orientación y paciencia en la culminación de la tesina, además a todos aquellos expertos que han contribuido de manera muy sólida en la elaboración de esta investigación.

## Página del Jurado



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO DE LIMA

### DICTAMEN DE SUSTENTACION DEL TRABAJO DE INVESTIGACION N° 035-2019-1 UCV- LIMA NORTE

El Presidente y los miembros del Jurado Evaluador de Tesis designado con RESOLUCIÓN DIRECTORAL N° 0089/EP/ADMINISTRACION/UCV LIMA NORTE de la Escuela de Administración, dictaminan:

#### PRIMERO.

Aprobar por sobresaliente (Pasará a publicación)	: 18 - 20 puntos	( )
Aprobar por unanimidad	: 14 - 17 puntos	(+)
Aprobar por mayoría	: 11 - 13 puntos	( )
Desaprobar	: 0 - 10 puntos	( )

La Tesis denominada "OUTSOURCING Y FIDELIZACIÓN EN LA EMPRESA JAAMSA CERCADO DE LIMA, 2019" presentado por el (la) estudiante PORTOCARRERO RAMOS ANALI REYDELINDA

SEGUNDO. Que la calificación obtenida en la sustentación de la Tesis por el (la) estudiante es como corresponde:

Apellidos y Nombres	Calificación en números	Calificación en letras
PORTOCARRERO RAMOS ANALI REYDELINDA	15	Quince

Los Olivos, 12 de julio del 2019

Presidente(a): MAG. GENARO EDWIN SANDOVAL NIZAMA  
Nombre Completo

Secretario(a): MAG. LUZMILA GABRIELA MAURTUA GURMENDI

Nombre Completo

Vocal: MAG. BENITO ARMANDO LARROCHE CUETO  
Nombre Completo

Firma  
Firma  
Firma

Somos la universidad de los  
que quieren salir adelante.



## Declaración de autenticidad

### DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Anali Reydelinda Portocarrero Ramos con DNI N°44273072, en la senda de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, declaro bajo juramento que los documentos que se adjuntan son fidedignos.

Asimismo, indico bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en el presente **TRABAJO DE INVESTIGACIÓN** son auténticos y veraces. En el caso que hubiera falta, omisión o falsedad asumo los correspondientes procesos investigativos y sanciones de acuerdo a las normas internas de la Universidad.

En concordancia, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, con las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 12 de julio del 2019.

  
Anali Reydelinda Portocarrero Ramos  
D.N.I.44273072

## **Presentación**

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la Tesina titulada “Outsourcing y Fidelización en la empresa JAAMSA, Cercado de Lima, 2019”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Grado Profesional de Bachiller en Administración.

El presente trabajo de investigación es producto del esfuerzo al trabajo meticulado que tiene como objetivo determinar la correlación del Outsourcing y Fidelización en la empresa JAAMSA, Cercado de Lima, 2019.

**Anali Reydelinda Portocarrero Ramos**

## Índice

	Pág.
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del Jurado	iv
Declaración de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
I. INTRODUCCIÓN	1
2.1. Tipo de diseño de investigación	6
2.2. Población y muestra	6
2.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.	7
2.4 Variables, operacionalización	9
2.5 Procedimiento.	9
2.6 Métodos de análisis de datos	9
2.6. Aspectos éticos.	9
III. RESULTADOS	10
IV. DISCUSIÓN	19
V. CONCLUSIÓN	20
VI. RECOMENDACIONES	21
VII. REFERENCIAS	22
ANEXOS	24

## Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1. Validación de expertos	7
Tabla 2. Resumen de procesamiento de datos	7
Tabla 3. Variable Outsourcing.	8
Tabla 4. Resumen de procesamiento de datos 2	8
Tabla 5. Variable Fidelización.	8
Tabla 6. Criterio de Confiabilidad	9
Tabla 7. Las dimensiones proceso de servicio y la variable Fidelización.	10
Tabla 8. Normalidad de las dimensiones Reducción de costos y la variable Fidelización.	11
Tabla 9. Tablas y gráficos de descripción por variables y por dimensiones	11
Tabla 10. Proceso de servicio	12
Tabla 11. Reducción de costos	13
Tabla 12. Fidelización	13
Tabla 13. Comunicación	14
Tabla 14. Calidad de servicio	15
Tabla 15. Correlación entre Outsourcing y Fidelización	16
Tabla 16. Correlación entre las variables Proceso de servicio y Fidelización.	17
Tabla 17. Correlación entre la dimensión y variable Reducción de costos y fidelización.	18



## **Lista de figuras**

	<b>Pág.</b>
Figura 1. Outsourcing	11
Figura 2. Proceso de servicio	12
Figura 3. Reducción de costos	13
Figura 4. Fidelizacion	14
Figura 5. Comunicación	15
Figura 6. Calidad de servicio	16

## RESUMEN

Se realizó la investigación titulada “Outsourcing y Fidelización en la empresa JAAMSA, Cercado de Lima, 2019” cuyo objeto de estudio fue determinar la correlación del Outsourcing y fidelización en la empresa JAAMSA, esta investigación empleó como población en 20 personas.

La recolección de datos se obtuvo mediante la técnica de la encuesta teniendo como instrumento al cuestionario y está conformado por 25 preguntas en la escala de Likert. La validación del instrumento fue hecha por un comité de juicio de expertos y la fiabilidad del mismo fue calculada a través del coeficiente Alfa de Cronbach.

Una vez obtenido los resultados se procesaron y analizaron a través del programa estadístico SPSS V.25, teniendo como conclusión que existe una relación entre las variables a investigar.

***Palabras clave:*** Outsourcing, satisfacción, fidelización, Post Venta, Comunicación.

## **ABSTRACT**

The research entitled "Outsourcing and Loyalty in the company JAAMSA, Cercado de Lima, 2019" was carried out, whose object of study was to determine the correlation of Outsourcing and loyalty in the company JAAMSA, this research used as a population in 20 people.

The data collection was obtained through the survey technique using the questionnaire as an instrument and is made up of 25 questions on the Likert scale. The validation of the instrument was made by an expert judgment committee and its reliability was calculated through the Cronbach's Alpha coefficient.

Once the results were obtained, they were processed and analyzed through the statistical program SPSS V.25, with the conclusion that there is a relationship between the variables to be investigated.

**Keywords:** Outsourcing, satisfaction, loyalty, Post Sale, Communication.

## I. INTRODUCCIÓN

En el entorno actual las organizaciones son enormemente competitivas y aumentan los consumidores exigentes, el comercio es fiel por la sensatez de los clientes son más meticulosos, es por ello que uno de los muchos problemas que existen en el rubro de ventas es el afán y la duración de la evaluación que se realiza al solicitar cualquier producto o servicio. Por lo tanto, existen entidades que se preocupan por la necesidad del cliente final. En el 2017 la atención al ciudadano del Indecopi, indico que por cada 100 reclamos de atenciones 30 pertenecían a un mal trabajo. Según, Mego (2015) menciona que, “la perspectiva de calidad obedece a la emergencia de ejercitar profesionales mejor capacitados y más competitivos que resuelvan problemas reales en los centros de trabajos”.

Son alarmantes los resultados que muestran los reclamos el Outsourcing (llamado tercerización), la cual ayudará impulsar los cambios en los procesos internos y a minimizar los riesgos operacionales que se realicen en la organización. La importancia que presenta esta herramienta de negociación permitirá conducir y maximizar el desempeño de la institución. En la modernidad, la fidelización se aprecia en la calidad de las atenciones al público en general ofreciendo a los consumidores, lograr colmar la necesidad y los horizontes al cliente, no obstante, para que los trabajadores estén atentos con los servicios tiene que ser activo y llevando un mensaje claro.

Todavía el cliente nacional ha utilizado diferentes empresas del nivel de fotocopiado para distintas áreas de su organización, esta propuesta se basará en un área específica, el de negocios de arrendamiento de equipos de fotocopiado, teniendo como interés identificar problemas como son demoras en la atención, en el proceso de reparación y costos elevados que pueden producirse, por lo tanto, la empresa tiene nuevas expectativas minimizando los tiempos y costos de reparaciones y conformidad a los clientes.

Concluido con lo mostrado, la importancia de desarrollar la investigación realizada a la línea por lo que se ha tomado la decisión de analizar el Outsourcing y fidelización en la empresa JAAMSA, Cercado de Lima, mediante el cual se propondrá alternativas de recursos a lo previamente mencionado.

En lo **internacional** Martinez (2015) investigación titulada “Gestión del servicio y Outsourcing adquisiciones para la compañía Ariba Quadrem”, realizada en Santiago de Chile. Tuvo como objetivo principal medir el despliegue de recursos y maximizar a los

ejecutivos las labores rutinarias enfocándose en el Core de la empresa misma. La metodología que emplea el autor para desarrollar el proyecto a cabo es Barros (Barros O. 2009), la investigación fue guiar a las organizaciones en el plano de construcción e ejecución de sus procesos. El tesista realizó investigación experimental y de corte transversal de tipo correlacional. Aplicado a 60 colaboradores mediante un instrumento, obteniendo como resultado que las necesidades estratégicas de integración serán para administrar de forma efectiva, eficiente su negocio es mantener competitividad con el entorno. El tesista busca alcanzar como objetivo, exponer todos los estándares macros

Camarán (2017) El estudio “Programa de fidelización “imprime con libertad” dominio de usuarios, tema: Mundo láser C.A.” en la Universidad José Antonio Páez, San Diego - República Bolivariana de Venezuela, Objetivo diseñar, diseñar mediante estrategias para el soporte de los usuarios y fidelizarlos a la organización Mundo Laser C.A., es descriptiva, elaboro cuestionario, su población de 600 clientes, resultando distanciamiento de clientes con la compañía, adquiriendo una vez, no vuelven a comprar, hoy por hoy se lucha en el mercado de publicidad, ofrecen diversidad promociones. Finalmente, menciona que estas estrategias se relacionan entre sí, para lograr mantener los usuarios de la organización.

En lo **nacional** Mendoza (2017) su averiguación titulada “Medición de los posibles efectos de la tercerización del proceso de reclutamiento y selección en una empresa retail durante el año 2016”. Universidad Garcilaso Perú. Tuvo como objetivo comprobar si en efecto es positivo tercerizar la plaza de incorporación y selección empresa Retail, evaluando productividad, eficiencia del proceso de búsqueda de personal. La metodología que emplea el autor para desarrollar el proyecto es cuantitativa de tipo correlacional causal de diseño experimental. Aplicando como muestra a 385 personas mediante un instrumento. Teniendo como resultado tercerizar el proceso de reclutamiento, selección de la empresa retail, esto no sería favorecido debido que constato resultados negativos. El objetivo es plantear estrategias e implementación del esquema de outsourcing en el área del reclutamiento y selección.

Merino (2014) En su investigación titulada. “Medición de la Satisfacción del Cliente en el Restaurante La Cabaña de Don Parce”, Realizada en el país, el autor indica abordar. El objetivo fue conocer la importa al cliente y poder corregir aquellos puntos que no son cubiertos, para esto se tomó 25 comensales, el instrumento la encuesta, además de buscar

vital importancia a la satisfacción Identificando variables aplicando técnicas y sentando bases que lleven control continuo, satisfacción del cliente, usando metodología del estudio descriptivo dando, concluyendo que los comensales del restaurante están satisfechos del servicio recibido ya que mostraron conceptos de alta calidad. Finalmente, se menciona que existen componentes que, relacionados entre sí, sea de manera directa e indirecta tienen que agradarles a las personas.

**Variable 1:** Ben Schneider (2014) manifiesta que la administración tiene el objetivo de generar que el mínimo recurso posible utilizado en las empresas, sea implementado un mecanismo para producir en grandes cantidades, empleando pocos recursos y a costos bajos. Ben menciona en una de los principios administrativos la “división de trabajo” el cual permite a cada una de las áreas y colaboradores desarrollar diferentes actividades en la organización para acumular Satisfacción y mejora continuamente sus habilidades en cada una de sus funciones. Esta herramienta es útil en el mundo empresarial tiene y contribuye con la gestión de procesos y aplicar mejoras estratégicas, de tal manera que reduce el gasto y el mayor manejo de proyectos de la organización. **Definición** por ISACA, 2015, la tercerización (outsourcing) es: “Un tratado serio con un tercero para efectuar sistemas de requerimiento [SI] otras ocupaciones comerciales para una empresa”. “El outsourcing escoge las actividades o procesos de una organización cuya elaboración y administración están a responsabilidad de una empresa externa. Consiste en fiarse determinadas facetas de la actividad que lleva a cabo la empresa” (p.38). **Dimensión 1:** Méndez, Jaramillo y Serrano (2016) mencionan que cualquier organización que brinda un producto o servicio competitivo pueden diferenciar entre dar un servicio o crear un proceso de servicio, es por ello que determinan que las empresas que se enfocan en brindarlo realizan gestión de calidad, evaluando y analizando el comportamiento interno dejando claro que el servicio no es aquel que productor te brinda, sino aquella que se adecua las necesidades del mercado. Dentro de los indicadores tenemos a: **Evaluación crediticia** y Campo (2015) Menciona que es la cobertura contractual de diferentes activos bancarios que sirve para anular o condicionar las garantías crediticias y delimitar el riesgo de cumplimiento de la deuda bancaria. **Post venta** Chacón (2013) Indica que es seguir vendiendo un producto o servicio después de la compra realizada indicando fundamental como estrategia de marketing, manifestando que una de las causas importantes de esta es conservar al cliente y proporcionar una segunda oportunidad de venta o recomendación.

**Dimensión 2:** Reducción de Costos Porter (2015) define La reducción de costos es un criterio de diferenciación, el cual aminoran costos totales de actividades, presentando oportunidades de mejora, expone también que existen muchas formas de disminuir los gastos siempre y cuando la organización conozca bien como utilizan los clientes su producto. **Mano de obra** Porter (2015) Define como el capital humano de la organización que contribuye con la actividad diaria de producción y se encarga de reducir y disminuir acciones de costo de las actividades adicionales. **Costo** Porter (2015) Define como el gasto económico que produce un bien o servicio a desarrollar.

**Variable 2:** Alcaide (2015), Manifiesta que el modelo de Fidelización basado en necesidades está dirigida al detalle de emociones que produce la necesidad de una persona al satisfacerse por la experiencia brindada, también indican que no rechazan el modelo tradicional centrados en expectativas, ya que prefieren evaluar las reacciones emocionales de los clientes y los atributos del servicio (P.23). La Fidelización es una variable importante en este proyecto, ya que ayuda a conocer el nivel de bienestar en que se encuentra el cliente, es de suma importancia porque permitirá conocer que tan satisfecho se sienten con la atención brindada. **Definición,** Schiffman & Kanuk (2015) Definen que el deleite del cliente basado en la percepción y comportamiento de la expectativa activa, también podemos decir que la experiencia del producto nos ayuda a crear satisfacción fidelizando a nuestros clientes (P.8).

**Dimensión 1:** Comunicación y Bello (2014) define: Es determinante ya que consiste en intercambiar información con el fin de transmitir o recibir un mensaje y creando entendimiento entre una o más personas (p.17). **Dimensión 2:** Calidad de servicio Malbos (2015) manifiesta: El término como parte fundamental en las necesidades, orientándose a lo producido por las emociones de las personas al satisfacerse por la experimentación de un producto o servicio dado, evitando rechazar el modelo tradicional basado en las expectativas, siendo más conveniente estudiar las reacciones emocionales de los clientes y las bondades del producto o servicio (p.23).

Se formuló el **problema general** ¿Qué relación existe entre Outsourcing y Fidelización en la empresa JAAMSA, Cercado de Lima Año 2019? Así mismo, los **problemas específicos** de la investigación ¿Qué relación existe entre Proceso de servicio y Fidelización en la empresa JAAMSA, Cercado de Lima Año 2019?, ¿Qué relación existe entre costo y Fidelización en la empresa JAAMSA, Cercado de Lima Año 2019?

La **justificación teórica** se ejecuta para crear satisfacción en nuestros clientes a través de menores recursos utilizando la herramienta de tercerización generando menos gastos y minimizando los procesos. La **justificación metodológica** siguiendo todos los procedimientos de investigación científica, se desarrolló a través del instrumento JAAMSA con las variables: Outsourcing y Fidelización el objeto es evaluar su relación. Por el validado de los expertos luego medir la confiabilidad estadística SPSS. El resultado de esta investigación logrará resolver el retraso de atención, el proceso de desembolso y la satisfacción del cliente por la atención brindada. Finalmente, la **justificación práctica** se ve en los colaboradores de jaamsa del distrito de lima teniendo que alcanzar en cada atención brindada a los clientes fidelizarlos por su alto nivel de satisfacción y compromiso. Destacando a la organización en el mejor servicio brindado comprometidos así con las empresas contratistas. Es importante que la institución brinde las facilidades en cuanto a herramientas, capacitaciones y motivación al personal. Para que cumplan con su labor y las metas de la organización. La presente investigación es importante para que otras personas que ofrecen el mismo giro puedan consultar y conocer más sobre este tema y brindar soluciones rápidas a incidencias parecidas que se puedan presentar. **Justificación del estudio** a realizar logrará tener un impacto positivo en el ámbito social porque mejorará condiciones laborales buscando métodos de trabajo optimizando procesos y creando beneficio en la empresa para reducir y minimizar procesos y costos. Por otro lado, se mejorará el enfoque al cliente, logrando tener consumidores satisfechos aplicándose como guía de mejora para otras entidades u organizaciones.

El trabajo de investigación se planteó como **hipótesis general**: Existe relación entre Outsourcing y Fidelización en la empresa JAAMSA, Cercado de Lima, Año 2019.

Teniendo también como **hipótesis específicas**: Existe relación entre Proceso de servicio y Fidelización en la empresa JAAMSA, Cercado de Lima, Año 2019, y si Existe relación entre Costo y Fidelización en la empresa JAAMSA, Cercado de Lima, Año 2019. El **objetivo general** es: Determinar la relación entre Outsourcing y Fidelización en la empresa JAAMSA, Cercado de Lima, Año 2019. Teniendo **los objetivos específicos** él. Determinar la relación entre Proceso de servicio y Fidelización en la empresa JAAMSA, Cercado de Lima, Año 2019, como. Determinar la relación entre Reducción de Costo y Fidelización en la empresa JAAMSA, Cercado de Lima, Año 2019.



## II. MÉTODO

### 2.1. Tipo de diseño de investigación

Sánchez (2013) Método **Cuantitativo**, es decir se usó la estadística que son los datos recopilados de la encuesta a los clientes de manera que exista una relación entre los elementos de la problemática claridad posible de poder definirlos y limitarlos para comprobar donde se inicia el problema. El estudio se desarrolló con dicho método ingresando y evaluando los elementos recopilados que formularon hipótesis para evaluar si son verdad o falso y culminar con las conclusiones respectivas. Peinado (2015) menciona, se establece una investigación **descriptiva** cuando a través de una medida detalla una o varias variables de población o muestra, con la finalidad de analizar cómo se desempeña cada variable y sus componentes, se recoge la información y se describe la situación que identifica cada elemento de estudio. Hernández, Fernández y Baptista (2014) correlacional es el estudio para medir el grado de asociación o relación que tiene las percepciones, tipos o variables de un contexto en particular, Esta investigación es **correlacional**, ya que mediremos la existencia de muestra o contexto. Tipo de investigación Para Hernández, Fernández y Baptista (2014) **tipo Básico**, busca por medio de la recolección de datos que se ha identificado, es decir profundiza cada vez los conocimientos ya existentes en la realidad, también la investigación básica que demuestra lo teórico en la investigación interesando al investigador con las consecuencias prácticas. El Diseño de investigación para Hernández, Fernández y Baptista (2014), metodología que empleará el siguiente estudio será **no experimental –corte transversal**, sin realizar cambios en donde no se manipulará las variables en un único momento y tiempo.

### 2.2. Población y muestra

Carrasco (2013), Nos dice toda agrupación naturalezas forma la unidad de observaciones perteneciente al ámbito espacial donde desarrollará la labor de investigación. La Población de JAAMSA conformada por 20 clientes los cuales fueron atendidos bajo un contrato de alquileres de máquinas fotocopadoras. Hernández (2014), es **censal**, considerará como muestra 20 clientes puesto que será determinada de la población total (Pag.69). Hernández (2014), cuando el universo es menor a 50 integrantes de la población total (P.69), en el trabajo de investigación la muestra es 20 clientes puesto que es el total de contratos.

### 2.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

Alzina (2013) indica el recojo de la información los sujetos a través de una entrevista personal, por correo, teléfono o encuesta. Mientras Hernández (2014) nos detalla que los conjuntos de preguntas en el cuestionario sobre los objetos a medir las variables son congruentes en planeamiento del problema e hipótesis. Esta investigación aplicará la **encuesta** que será demostrada en escala tipo Likert con 5 alternativas de respuesta Nunca, Casi Nunca, A veces, Siempre, Casi Siempre; de forma veraz a medir las reacciones de los sujetos, para realizar la medición respectiva, el cual contiene 25 preguntas, comprendido por ambas variables y 4 dimensiones que se realizará de manera transparente, confidencial e individual de ser el caso. **Validez del instrumento** que utilizara el cuestionario Hernández (2014), Es re coleccionar datos, que pueda tener importancia y transparencia es por ello que esta instancia recurrió a docentes de la Escuela Profesional de Administración con alta experiencia en el tema.

Tabla 1.

#### *Validación de expertos*

Variable	Validador	Aplicabilidad
Outsourcing y	Mg. LUZMILA GABRIELA MAURTURA GURMENDI	Aplicada
Fidelización en	Dr. ALBERTO PABLO LUNA BELLIDO	Aplicada
la empresa	DR. CECILIA VILLAREAL MAGÁN	Aplicada
jaamsa	MG. CESAR TRUJILLO HINOJOSA	Aplicada

Confiabilidad del instrumento Hernández (2014), Resume los procesamientos y resultados SPSS resueltas por 20 encuestados y determinar que ha sido bien aplicado el instrumento.

Tabla 2.

#### *Resumen de procesamiento de datos*

		N	%
Casos	Valido	20	100%
	Excluido	0	,0
	Total	20	100%

Para medir el estadístico de fiabilidad es para medir los parámetros del coeficiente del alfa de Cron Bach que se ejecutó:

Tabla 3.

*Variable Outsourcing.*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,911	12

*Fuente: SPSS25*

El Alfa de Cronbach Outsourcing dio 0,911 expresando la confianza de tercerizar.

Tabla 4.

*Resumen de procesamiento de datos 2*

		N	%
Casos	Valido	20	100%
	Excluido	0	,0
	Total	20	100%

Tabla 5.

*Variable Fidelización.*

Fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,902	13

*Fuente: SPSS25*

El Alfa de Cronbach de Fidelización dio 0,902 expresando la confianza del empleado. Nos permite ver fiabilidad y medida. Utilizado en la compañía.

El resultado obtenido tiene fiabilidad de 0.911 la primera variable y 0.902 para la segunda variable en intervalos 0,81 a 1,00. Entonces afirmaremos que la confiabilidad de nuestro instrumento es Muy alta.

Tabla 6.

*Criterio de Confiabilidad*

Rangos	Magnitud
0,81 a 1,00	Muy Alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy Baja

Fuente: Hernández y Baptista (2010). Metodología de la investigación

## 2.4 Variables, operacionalización

Según el autor Ben Schnerder (2014), Se entiende que **Outsourcing** no es una gestión mecánica ni automática al contratar las empresas o instituciones los servicios tienen que tener claras cuáles son sus actividades para que el proceso de implementación pueda potenciar a la organización y lograr que se mantenga competitiva en el mercado (p.17). Por otro lado, Alcaide (2015), define **fidelización** a la capacidad que la organización tiene con sus clientes para brindar una atención a sus servicios de calidad y segura se busca que desde el primer momento en cliente o las empresas sientan esa confiabilidad con la empresa tercerizadora.

## 2.5 Procedimiento.

Mediante el instrumento de recolección de datos (encuesta), y se coordinó y previa autorización del jefe inmediato con consentimiento se procedió a ser ejecutada la encuesta.

## 2.6 Métodos de análisis de datos

Nos permitían aplicar los softwares, Microsoft Excel y (IBM® SPSS) en su versión N°25. Lo cual nos permitirán cuantificar los datos y obtener resultados para su posterior interpretación y medición de las variables

## 2.6. Aspectos éticos.

El facilitar la búsqueda de información sobre JAAMSA. Además, respeta las ideas de cada una de las fuentes citadas empleadas en esta investigación con las referencias bibliográficas en estilo APA y corroborado por el TURNITIN.

### III. RESULTADOS

Mediante los procesamientos y resultados de SPSS 25 los resueltas de los 20 encuestados mediante la tabla de frecuencia para medir los resultados a través de la prueba de validación.

H O: Los datos siguen una distribución normal

H O: Los datos no siguen una distribución normal.

Tabla 6.

*Prueba de normalidad de las variables Outsourcing y Fidelización.*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
OUTSOURCING	,124	20	,200*	,927	20	,138
FIDELIZACION	,094	20	,200*	,958	20	,508

Fuente: Elaboración propia.

Según muestran conducta normal, comprometido al resultado de la primera variable nos da un nivel de significancia de 0,138 para Outsourcing el cual es mayor a 0.05 y para la segunda variable el nivel de significancia de 0.508 para Fidelización el cual es mayor a 0.05 en la de Shapiro-Wilk, a que el tamaño de la ejemplar igual a 30 personas.

H O: Los datos siguen una distribución normal

H O: Los datos no siguen una distribución normal.

Tabla 7.

*Las dimensiones proceso de servicio y la variable Fidelización.*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Proceso de servicio	,126	20	,200*	,918	20	,092
FIDELIZACION	,094	20	,200*	,958	20	,508

Fuente: Elaboración propia.

Según muestran resultados en la primera dimensión nos da un nivel de significancia de 0,092 para procesos de servicio el cual es mayor a 0.05 y para la segunda variable el nivel de significancia de 0.508 para Fidelización el cual es mayor a 0.05 en la prueba de Shapiro-Wilk, debido a que el tamaño de la muestra es igual a 20 personas.

H O: Los datos siguen una distribución normal

H O: Los datos no siguen una distribución normal.

Tabla 8.

*Normalidad de las dimensiones Reducción de costos y la variable Fidelización.*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Reducción de costos	,135	20	,200*	,922	20	,108
FIDELIZACION	,094	20	,200*	,958	20	,508

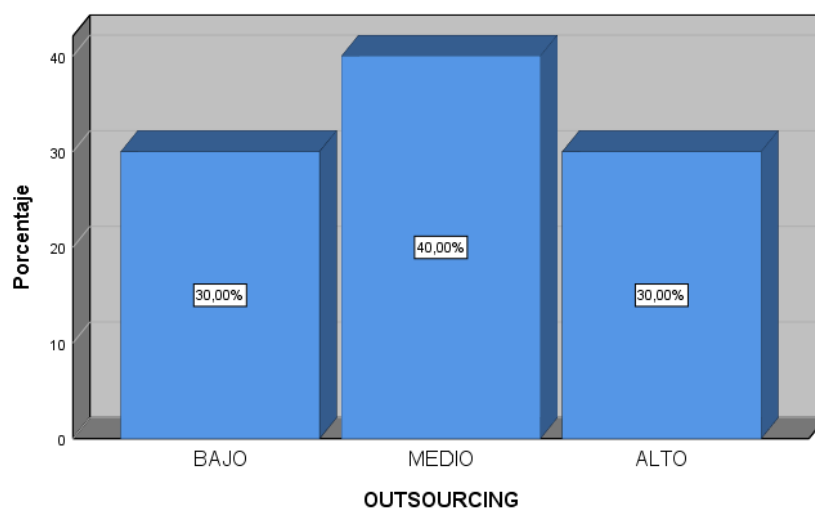
Fuente: Elaboración propia

Según las cantidades analizadas muestran resultado en la segunda dimensión nos da un nivel de significancia de 0,108 la reducción de costos el cual es mayor a 0.05 y para la segunda variable el nivel de significancia de 0.508 para fidelización el cual es mayor a 0.05 el tamaño es igual a 20 personas.

Tabla 9.

*Tablas y gráficos de descripción por variables y por dimensiones*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	6	30,0	30,0	30,0
	MEDIO	8	40,0	40,0	70,0
	ALTO	6	30,0	30,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	



Fuente: Elaboración propia.

*Figura 1. Outsourcing*

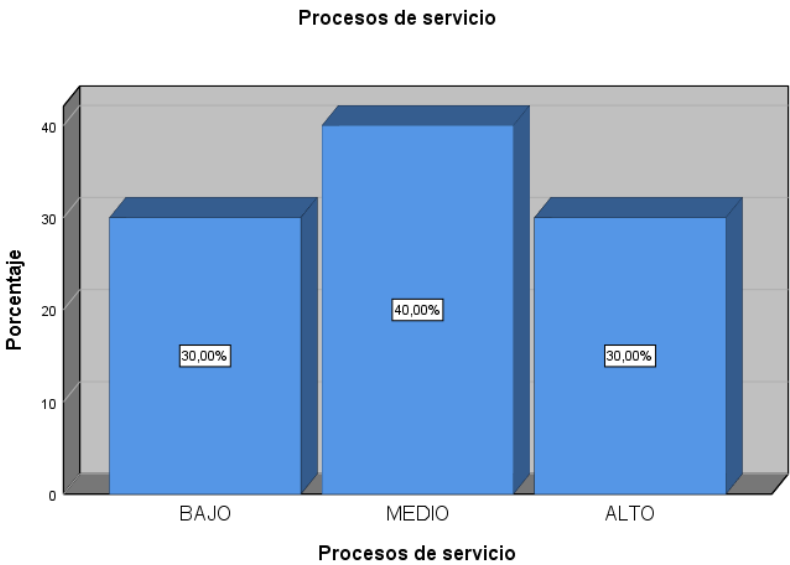
Con el nivel de confianza del 95% podemos afirmar que el 30% Los clientes están indecisos de tercerizar los equipos de fotocopiado. En cambio, el 40% de los clientes están seguros de tomar un servicio de Outsourcing.

Tabla 10.

*Proceso de servicio*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	6	30,0	30,0	30,0
	Medio	8	40,0	40,0	70,0
	Alto	6	30,0	30,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

*Figura 2. Proceso de servicio*

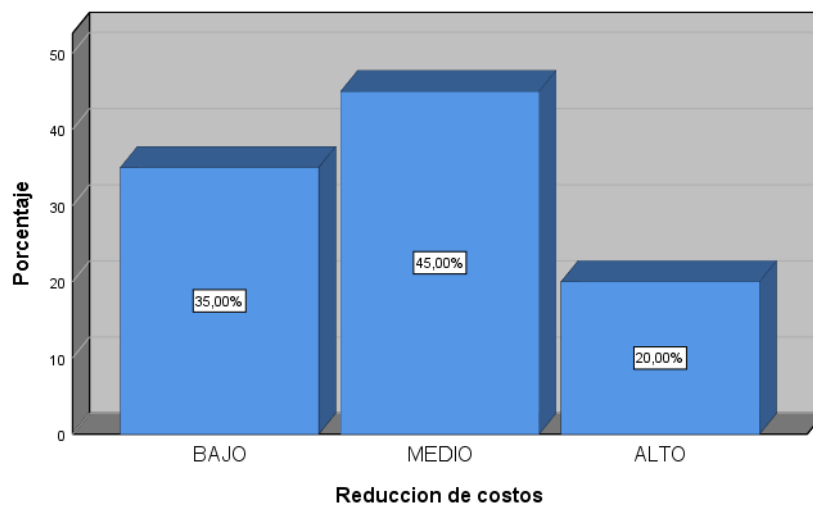
Podemos afirmar que el 30% de clientes no cumple con los requisitos para arrendar. En cambio, el 40% de los clientes si cumplen con el proceso de servicio.

Tabla 11.

*Reducción de costos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	7	35,0	35,0	35,0
	MEDIO	9	45,0	45,0	80,0
	ALTO	4	20,0	20,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 3. Reducción de costos

El nivel de confianza del 95% podemos afirmar que el 35% de clientes cuentan con sus propios recursos. En cambio, el 45% de los clientes desean reducir sus costos mediante la tercerización.

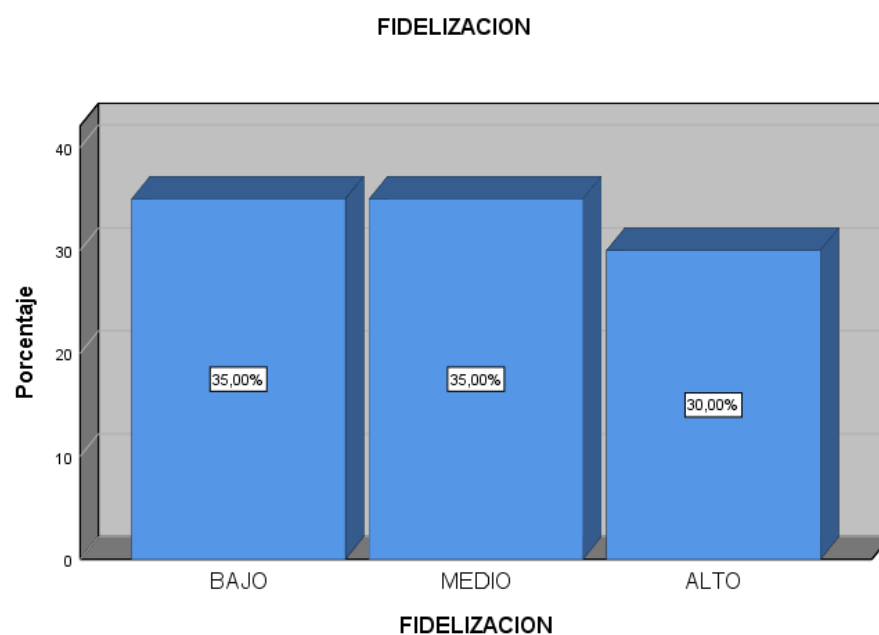
Tabla 12.

*Fidelización*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	7	35,0	35,0	35,0
	MEDIO	7	35,0	35,0	70,0
	ALTO	6	30,0	30,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia





Fuente: Elaboración propia

*Figura 4. Fidelización*

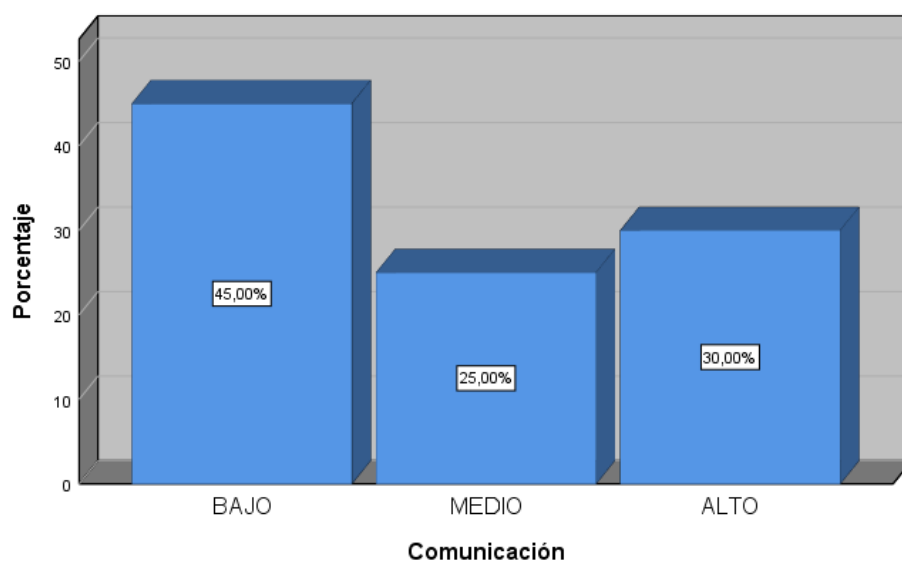
La confianza del 95% podemos afirmar que el 35% de los clientes se encuentran satisfechos con la tercerización. En cambio, el 30% de los clientes esperan un mejor servicio de Outsourcing.

Tabla 13.

*Comunicación*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	9	45,0	45,0	45,0
	MEDIO	5	25,0	25,0	70,0
	ALTO	6	30,0	30,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

*Figura 5. Comunicación*

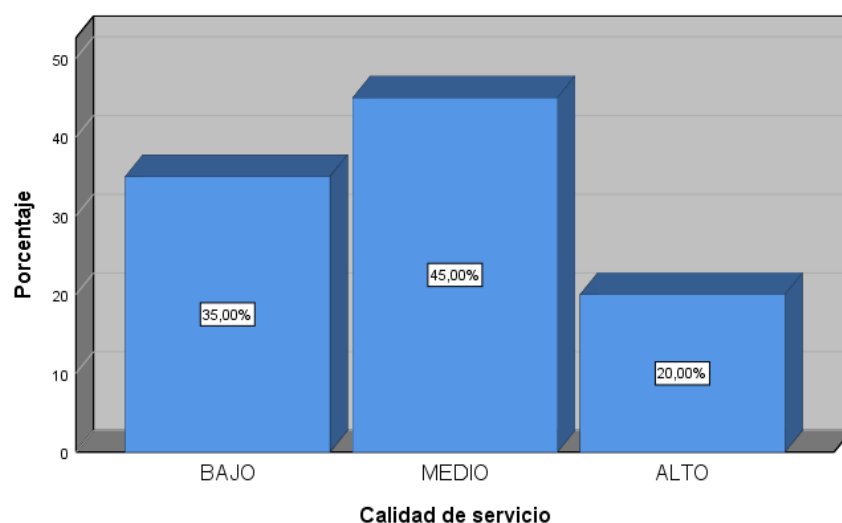
El 95% podemos afirmar que el 45% de los clientes percibe que no hay comunicación cuando lo requieren. En cambio, el 30% de los clientes se encuentra atendido por la comunicación brindada de la empresa.

Tabla 14.

*Calidad de servicio*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	7	35,0	35,0	35,0
	MEDIO	9	45,0	45,0	80,0
	ALTO	4	20,0	20,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

*Figura 6. Calidad de servicio*

El 35% de los clientes siente que no se brinda la calidad de servicio, ya que este es tercerizado. En cambio, el 45% de los clientes están satisfechos por el servicio de arrendamiento.

### Hipótesis

correlación entre Outsourcing y Fidelización.

H O: No existe relación entre Outsourcing y Fidelización en la Empresa JAAMSA, Cercado de Lima 2019

H1: Existe relación entre Outsourcing y Fidelización en la Empresa JAAMSA, Cercado de Lima 2019.

Tabla 15.

*Correlación entre Outsourcing y Fidelización*

		OUTSOURCING	FIDELIZACION
		N	
OUTSOURCING	Correlación de Pearson	1	,985**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	20	20
FIDELIZACION	Correlación de Pearson	,985**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	20	20

Fuente: Elaboración propia

Outsourcing, se relaciona significativamente y Fidelización JAAMSA, 2019, Pearson es 0.985 una sig.= 0.000 altamente positivas las variables.

Correlación entre las variables Proceso de servicio y Fidelización.

H O: No existe relación entre proceso de servicio y Fidelización en la Empresa JAAMSA, Cercado de Lima 2019

H1: Existe relación entre proceso de servicio y Fidelización en la Empresa JAAMSA, Cercado de Lima 2019

Tabla 16.

*Correlación entre las variables Proceso de servicio y Fidelización.*

		Procesos de FIDELIZACION	
		servicio	
PROCESO DE SERVICIO	Correlación de Pearson	1	,983**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	20	20
FIDELIZACION	Correlación de Pearson	,983**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	20	20

Fuente: Elaboración propia

La dimensión, corresponde elocuentemente a fidelización en Empresa JAAMSA, Cercado Lima 2019, Pearson es 0.983 sig.= 0.000 altamente ambas variables.

Correlación entre la dimensión y variable Reducción de costos y fidelización.

H O: No existe relación entre Reducción de costos y fidelización en la Empresa JAAMSA, Cercado de Lima 2019,

H1: Existe relación entre Reducción de costos y fidelización en la Empresa JAAMSA, Cercado de Lima 2019,

Tabla 17.

*Correlación entre la dimensión y variable Reducción de costos y fidelización.*

		Reducción de costos	FIDELIZACIÓN
REDUCCION DE COSTO	Correlación de Pearson	1	,979**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	20	20
FIDELIZACION	Correlación de Pearson	,979**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	20	20

Fuente: Elaboración propia

Reducción de costos, se relaciona significativamente con fidelización JAAMSA, 2019, Pearson es 0.975 sig.= 0.000 altamente relacionadas.

#### **IV. DISCUSIÓN**

- 4.1. En el estudio planteado por Mendoza, en medición la empresa retail y sobre los Posible efecto de tercerizar el área de reclutamiento y selección, hay indicadores que son tomados en cuenta. La mayoría de las empresas de retail poseen un plan de dotación y distribución de RR. HH, sólo uno de cada diez retail ha establecido nivel de productividad y la eficiencia con usuarios y proveedores de manera generalizada y los revisa periódicamente, la mitad de los retail disponen de procesos de reclutamiento de la institución.
- 4.2. Comparando con el estudio realizado sobre el outsourcing en la medición de recursos y maximizar, en la empresa Ariba Quadrem– Chile, en lo referente cuenta con colaboradores quienes son parte del proyecto que busca guiar a la implementación de sus procesos, quienes generan iniciativas de procesos mayores a cinco anualmente. Cuentan con un plan estratégico alineados al plan de la institución.
- 4.3. Se tuvo como objetivo general plantear un plan de Mundo laser C.A, Venezuela 2017. guarda coherencia con Merino (2014), “Medición de la satisfacción del cliente para una cadena Restaurante Cabaña de Don Parce”, Universidad Continental. Es conocer y corregir puntos relevantes del cliente orientados a un control continuo de la satisfacción de los comensales.

## **V. CONCLUSIÓN**

- 5.1. Comprobó que existe correlación significativa Outsourcing sobre fidelización en la empresa JAAMSA, Cercado de lima 2019. Como consecuencia de lo propuesto se concluye que el buen servicio de tercerización se correlaciona con fidelización viéndose reflejado en los clientes.
- 5.2. Existe relación 0,985 representa una relación de outsourcing y fidelización en JAAMSA de Cercado de Lima; la significancia es 0.000 es menor a 0.05; también donde existe una relación muy alta en ambas variables.
- 5.3. Una coherencia de 0,983 que representa moderada, proceso de servicio y fidelización en organización jaamsa de Cercado de Lima, adecuado a la norma arrojando de 0.000 es menor a la significancia de 0.05; también nos dice que existe relación entre las variables.
- 5.4. Se definió la existencia Correlacional significativa de Reducción de costos y fidelización sobre JAAMSA, Cercado 2019. A consecuencia de tercerizar un servicio de calidad.

## **VI. RECOMENDACIONES**

- 6.1. Outsourcing mejora significativamente la satisfacción del usuario por los servicios brindados y con una información clara, más aún el cumplimiento oportuno de los niveles de continuidad, seguridad y disponibilidad de Stock. Indicadores que deben ser tomados en cuenta por todo colaborador que gestiona arrendamiento de fotocopadoras.
- 6.2. Gestionar eficientemente la evaluación crediticia con la documentación veras por parte del área de post venta, la comunicación, misma se conocerá las inquietudes sobre el servicio y viéndonos a mejorar la calidad, fidelizando de los clientes.
- 6.3. Se sugiere mejorar en cuanto a calidad de atención, para interactuar con el cliente y rebosar las necesidades de los clientes, además de promocionar nuestros equipos en la mayoría de las organizaciones.
- 6.4. Se recomienda que el costo de los equipos esté acorde a las oportunidades de venta ni tampoco este precio sea perjudicial para la institución, debe mantenerse el punto de equilibrio.



## VII. REFERENCIAS

- Alcaide, J. C. (2015). *Fidelización de clientes*. 2ª. Esic Editorial.
- Alzina, R. B. (2013). *Metodología de la investigación educativa*. (Vol. 2). Editorial La Muralla.
- Barros, S. E. (2009). *Gestión del servicio de Outsourcing de compras para la empresa Ariba Quadrem*.
- Camarán, A. (2017). *Plan de fidelización “imprime con libertad” para la retención de clientes, caso: Mundo láser C.A. (tesis de pregrado)*. Universidad José Antonio.
- Carrasco, S. *Metodología de la investigación científica: pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. 2. s.l.: San Marcos, 2013. pág. 474. ISBN: 9972342425, 9789972342424
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (5ª .ed.). México D.F.: MC GRAW-HILL / Interamericana Editores, S.A. DE C.V. ISBN: 978-607-15-0291-9
- Hernandez, R. (2014). *Metodología de la investigación*. Retrieved from <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wpcontent/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sextaediccion.compressed.pdf>
- ISACA. (2015). *Glosary Of Terms English-Spanish*. [En línea] 2015. [Citado el: 09 de 11 de 2017.] [http://www.isaca.org/About-ISACA/History/Documents/ISACA-GlossaryEnglish-Spanish\\_mis\\_Spa\\_0615.pdf](http://www.isaca.org/About-ISACA/History/Documents/ISACA-GlossaryEnglish-Spanish_mis_Spa_0615.pdf).
- Merino J. (2012). *Medición de la satisfacción del cliente en el restaurante la cabaña de Don Parce*. [tesis]. Repositorio Institucional Pirhua. Universidad de Piura. 2012. Disponible en: [https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1648/AE\\_265.pdf](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1648/AE_265.pdf)
- Martinez, S. E. (2015). *Gestión del servicio de Outsourcing de compras para la empresa Ariba Quadrem*.
- Malbos, M. E. V., & de Vega, L. A. (2015). *Calidad y servicio: conceptos y herramientas*. Ecoe Ediciones.

- Madueño, F. (2017). *Medición de los posibles efectos de la tercerización del proceso de reclutamiento y selección en una empresa retail durante el año 2016*.
- Mego, A. O. (2015). *Análisis de la calidad de servicio, desde la perspectiva de la satisfacción estudiantil, en la Escuela Profesional de Administración de la "Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann" de Tacna, en el año 2013*.  
Obtenido de <http://repositorio.unjbg.edu.pe/bitstream/handle/UNJBG/714/TM0019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Méndez, J. C., Jaramillo, D., & Serrano, I. (2016). *Gestión de la calidad en procesos de servicios y productivos*. Mexico: Printed.
- Peinado, J. I. (2015). *Métodos, técnicas e instrumentos de la investigación criminológica*. Editorial Dikynson.
- Porter, M. E. (2015). *Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Grupo Editorial Patria
- Sánchez, J. C. (2013). *Los métodos de investigación*. Ediciones Díaz de Santos. Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2015). *Comportamiento del consumidor*. Pearson Educación.
- Schneider, B. (2014). *Outsourcing: La herramienta de gestión que revoluciona el mundo de los negocios*. Grupo Editorial Norma.
- Tello, (2018). *Outsourcing y Satisfacción del Cliente en el Área de Negocios Hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018* (tesis de pregrado). Universidad César Vallejo

## ANEXOS

La encuesta realizada al personal de la Empresa JAAMSA.

### MATRIZ DEL INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

**TÍTULO:** Outsourcing y Fidelización en la empresa JAAMSA Cercado de Lima 2019

**VARIABLE DE ESTUDIO 1:** Outsourcing

DIMENSIONES	INDICADORES	Nº DE ÍTEMES	ÍTEMES/REACTIVOS	CRITERIO DE EVALUACIÓN / ESCALA DE VALORACIÓN
1. Proceso de Servicio.	Evaluación Crediticia.	01	1. ¿El proveedor genera contacto con el cliente brindando una impresión positiva acreditando su evaluación crediticia?	1. Nunca 2. Casi Nunca 3. A Veces 4. Casi Siempre 5. Siempre  Bajo Medio Alto
		02,03	2. ¿La institución dio a conocer el análisis de su evaluación crediticia para justificar la aprobación del contrato de arrendamiento de las fotocopadoras?	
			3. ¿El proveedor conto con el tiempo necesario para evaluar la solicitud de su crédito para el arrendamiento de equipos?	
	Post Venta.	04,05,06	4. ¿JAAMSA obtiene información en la post venta para conocer y comprender las necesidades del cliente?	
			5. ¿Escucha activamente y demuestra interés por su necesidad de servicio a fin de transmitir la satisfacción del cliente?	
			6. ¿La institución considero después otorgarle su contrato u otra opción de compra o de recomendación sobre su solicitud de fotocopadoras?	
2. Reduccion de Costo.	Mano de Obra	07	7. ¿ La tercerización aumenta la eficiencia en el soporte y servicio de JAAMSA?	1. Nunca 2. Casi Nunca 3. A Veces 4. Casi Siempre 5. Siempre  Bajo Medio Alto
		08	8. ¿Se tiene en cuenta el grado de confianza y compromiso mutuo entre cliente y proveedor?	
		09	9. ¿ La tercerización contribuye en fortalecer las capacidades y experiencias del talento humano del personal de JAAMSA?	
	Costos.	10	10. ¿La tercerización cumple mis expectativas de rentabilidad?	1. Nunca 2. Casi Nunca 3. A Veces 4. Casi Siempre 5. Siempre  Bajo Medio Alto
		11	11. ¿Se tiene en cuenta la optimización de costos de insumos?	
		12	12. ¿La tercerización permite la reducción de tiempo y costos operativos?	

Fuente: elaboración propia

## VARIABLE DE ESTUDIO 2: Fidelización

DIMENSIONES	INDICADORES	Nº DE ÍTEMES	ÍTEMES/REACTIVOS	CRITERIO DE EVALUACIÓN / ESCALA DE VALORACIÓN
3. Comunicación.	Información.	01	13. ¿ Considera el cumplimiento de la continuidad de los servicios de JAAMSA?	1. Nunca 2. Casi Nunca 3. A Veces 4. Casi Siempre 5. Siempre  Bajo Medio Alto
		1,2	14. ¿ Existen problemas de rendimiento, capacitaciones y disponibilidad, y son detectados y resueltos?	
			15. ¿Considera adecuado el procesamiento y telecomunicaciones tercerizados de JAAMSA?	
	Comprensión al Usuario.		16. ¿ Considera Ud. que la institución transmitió la información transparente y clara para su proceso de crédito en su contrato?	
			17. ¿ Sientes que las personas que le atendieron fueron idóneas durante su proceso de evolución para la elaboración de su contrato y el crédito?	
			18. ¿La comunicación es oportuna con el personal de apoyo del proveedor siempre que lo necesito?	
4. Calidad de Servicio.	Interacción.	01	19. ¿ El outsourcing permite brindar un servicio de calidad y constante satisfacción al cliente?	1. Nunca 2. Casi Nunca 3. A Veces 4. Casi Siempre 5. Siempre  Bajo Medio Alto
		01	20. ¿ Considera el cumplimiento de la seguridad de los servicios de JAAMSA?	
		01	21. ¿ Considera suficiente el parque informativo (de impresoras ) tercerizados?	
	Resultado.	01	22. ¿ Considera adecuado los servicios tercerizados de administración de datos de los clientes?	1. Nunca 2. Casi Nunca 3. A Veces 4. Casi Siempre 5. Siempre  Bajo Medio Alto
		01	23. ¿JAAMSA realiza el monitoreo de los servicios contratados?	
		01	24. ¿ Se considera el tiempo de respuesta y recuperación definidos en los niveles de servicio?	
		01	25. ¿Anualmente se preparan iniciativas de mantenimientos mayores a 2 veces?	
				1. Nunca 2. Casi Nunca 3. A Veces 4. Casi Siempre 5. Siempre  Bajo Medio Alto

Fuente: elaboración propia

## Mg. Murtua Gurmendi Luzmila Gabriela



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE OUTSOURCING.

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSIÓN 1 Proceso de servicio</b>								
1	El proveedor genera contacto con el cliente brindando una impresión positiva acreditando su evaluación crediticia	✓		✓		✓		
2	La institución dio a conocer el análisis de su evaluación crediticia para justificar la aprobación del contrato de arrendamiento de las fotocopiadoras	✓		✓		✓		
3	El proveedor conto con el tiempo necesario para evaluar la solicitud de su crédito para el arrendamiento de equipos.	✓		✓		✓		
4	JAAMSA obtiene información en la post venta para conocer y comprender las necesidades del cliente.	✓		✓		✓		
5	Escucha activamente y demuestra interés por su necesidad de servicio a fin de transmitir la satisfacción del cliente.	✓		✓		✓		
6	La institución considero después otorgarle su contrato u otra opción de compra o de recomendación sobre su solicitud de fotocopiadoras	✓		✓		✓		
<b>DIMENSIÓN 2 Reducción de costos</b>								
7	La tercerización aumenta la eficiencia en el soporte y servicio de JAAMSA	✓		✓		✓		
8	Se tiene en cuenta el grado de confianza y compromiso mutuo entre cliente y proveedor	✓		✓		✓		
9	La tercerización contribuye en fortalecer las capacidades y experiencias del talento humano del personal de JAAMSA.	✓		✓		✓		
10	La tercerización cumple mis expectativas de rentabilidad.	✓		✓		✓		
11	Se tiene en cuenta la optimización de costos de insumos.	✓		✓		✓		
12	La tercerización permite la reducción de tiempo y costos operativos	✓		✓		✓		

### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE FIDELIZACIÓN.

	DIMENSIÓN 3 Comunicación	Si	No	Si	No	Si	No	
13	Considera el cumplimiento de la continuidad de los servicios de JAAMSA	✓		✓		✓		
14	Existen problemas de rendimiento, capacitaciones y disponibilidad, y son detectados y resueltos.	✓		✓		✓		
15	Considera adecuado el procesamiento y telecomunicaciones tercerizados de JAAMSA.	✓		✓		✓		
16	Considera Ud. que la institución transmitió la información transparente y clara para su proceso de crédito en su contrato.	✓		✓		✓		
17	Sientes que las personas que le atendieron fueron idóneas durante su proceso de evolución para la elaboración de su contrato y el crédito.	✓		✓		✓		
18	La comunicación es oportuna con el personal de apoyo del proveedor siempre que lo necesito.	✓		✓		✓		
<b>DIMENSIÓN 4 Calidad de servicio</b>								
19	El outsourcing permite brindar un servicio de calidad y constante Satisfacción al cliente.	✓		✓		✓		
20	Considera el cumplimiento de la seguridad de los servicios de JAAMSA	✓		✓		✓		
21	Considera suficiente el parque informativo (de impresoras) tercerizados.	✓		✓		✓		
22	Considera adecuado los servicios tercerizados de administración de datos de los clientes.	✓		✓		✓		
23	JAAMSA realiza el monitoreo de los servicios contratados	✓		✓		✓		
24	Se considera el tiempo de respuesta y recuperación definidos en los niveles de servicio	✓		✓		✓		
25	Anualmente se preparan iniciativas de mantenimientos mayores a 2 veces	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: ☒ Aplicable ☐ Aplicable después de corregir ☐ No aplicable ☐

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Murtua Gurmendi Luzmila Gabriela DNI: 0737921

Especialidad del validador: Investigación

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

de Junio del 2019

[Firma]  
Firma del Experto Informante.

Mg. Luna Bellido Alberto Pablo



**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE OUTSOURCING.**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSIÓN 1 Proceso de servicio</b>								
1	El proveedor genera contacto con el cliente brindando una impresión positiva acreditando su evaluación crediticia.	✓		✓		✓		
2	La institución dio a conocer el análisis de su evaluación crediticia para justificar la aprobación del contrato de arrendamiento de las fotocopiadoras.	✓		✓		✓		
3	El proveedor conto con el tiempo necesario para evaluar la solicitud de su crédito para el arrendamiento de equipos.	✓		✓		✓		
4	JAAMSA obtiene información en la post venta para conocer y comprender las necesidades del cliente.	✓		✓		✓		
5	Escucha activamente y demuestra interés por su necesidad de servicio a fin de transmitir la satisfacción del cliente.	✓		✓		✓		
6	La institución considero después otorgarle su contrato u otra opción de compra o de recomendación sobre su solicitud de fotocopiadoras.	✓		✓		✓		
<b>DIMENSIÓN 2 Reducción de costos</b>								
7	La tercerización aumenta la eficiencia en el soporte y servicio de JAAMSA.	✓		✓		✓		
8	Se tiene en cuenta el grado de confianza y compromiso mutuo entre cliente y proveedor.	✓		✓		✓		
9	La tercerización contribuye en fortalecer las capacidades y experiencias del talento humano del personal de JAAMSA.	✓		✓		✓		
10	La tercerización cumple mis expectativas de rentabilidad.	✓		✓		✓		
11	Se tiene en cuenta la optimización de costos de insumos.	✓		✓		✓		
12	La tercerización permite la reducción de tiempo y costos operativos.	✓		✓		✓		

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE FIDELIZACIÓN.**

	DIMENSIÓN 3 Comunicación	Si	No	Si	No	Si	No	
13	Considera el cumplimiento de la continuidad de los servicios de JAAMSA.	✓		✓		✓		
14	Existen problemas de rendimiento, capacitaciones y disponibilidad, y son detectados y resueltos.	✓		✓		✓		
15	Considera adecuado el procesamiento y telecomunicaciones tercerizados de JAAMSA.	✓		✓		✓		
16	Considera Ud. que la institución transmitió la información transparente y clara para su proceso de crédito en su contrato.	✓		✓		✓		
17	Sientes que las personas que le atendieron fueron idóneas durante su proceso de evolución para la elaboración de su contrato y el crédito.	✓		✓		✓		
18	La comunicación es oportuna con el personal de apoyo del proveedor siempre que lo necesito.	✓		✓		✓		
<b>DIMENSIÓN 4 Calidad de servicio</b>								
19	El outsourcing permite brindar un servicio de calidad y constante Satisfacción al cliente.	✓		✓		✓		
20	Considera el cumplimiento de la seguridad de los servicios de JAAMSA.	✓		✓		✓		
21	Considera suficiente el parque informativo (de impresoras ) tercerizados.	✓		✓		✓		
22	Considera adecuado los servicios tercerizados de administración de datos de los clientes.	✓		✓		✓		
23	JAAMSA realiza el monitoreo de los servicios contratados.	✓		✓		✓		
24	Se considera el tiempo de respuesta y recuperación definidos en los niveles de servicio.	✓		✓		✓		
25	Anualmente se preparan iniciativas de mantenimientos mayores a 2 veces.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    **Aplicable [X]**    **Aplicable después de corregir [ ]**    **No aplicable [ ]**

Apellidos y nombres del juez validador. Dni Mg: Alberto Pablo Luna Bellido    DNI: 10398291

Especialidad del validador: Investigación / Administración

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

08 de Junio del 2019

Firma del Experto Informante.



**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE OUTSOURCING.**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSIÓN 1 Proceso de servicio</b>								
1	El proveedor genera contacto con el cliente brindando una impresión positiva acreditando su evaluación crediticia.	✓		✓		✓		
2	La institución dio a conocer el análisis de su evaluación crediticia para justificar la aprobación del contrato de arrendamiento de las fotocopiadoras.	✓		✓		✓		
3	El proveedor conto con el tiempo necesario para evaluar la solicitud de su crédito para el arrendamiento de equipos.	✓		✓		✓		
4	JAAMSA obtiene información en la post venta para conocer y comprender las necesidades del cliente.	✓		✓		✓		
5	Escucha activamente y demuestra interés por su necesidad de servicio a fin de transmitir la satisfacción del cliente.	✓		✓		✓		
6	La institución considero después otorgarle su contrato u otra opción de compra o de recomendación sobre su solicitud de fotocopiadoras.	✓		✓		✓		
<b>DIMENSIÓN 2 Reducción de costos</b>								
7	La tercerización aumenta la eficiencia en el soporte y servicio de JAAMSA.	✓		✓		✓		
8	Se tiene en cuenta el grado de confianza y compromiso mutuo entre cliente y proveedor.	✓		✓		✓		
9	La tercerización contribuye en fortalecer las capacidades y experiencias del talento humano del personal de JAAMSA.	✓		✓		✓		
10	La tercerización cumple mis expectativas de rentabilidad.	✓		✓		✓		
11	Se tiene en cuenta la optimización de costos de insumos.	✓		✓		✓		
12	La tercerización permite la reducción de tiempo y costos operativos.	✓		✓		✓		

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE FIDELIZACIÓN.**

	DIMENSIÓN 3 Comunicación	Si	No	Si	No	Si	No	
13	Considera el cumplimiento de la continuidad de los servicios de JAAMSA.	✓		✓		✓		
14	Existen problemas de rendimiento, capacitaciones y disponibilidad, y son detectados y resueltos.	✓		✓		✓		
15	Considera adecuado el procesamiento y telecomunicaciones tercerizados de JAAMSA.	✓		✓		✓		
16	Considera Ud. que la institución transmitió la información transparente y clara para su proceso de crédito en su contrato.	✓		✓		✓		
17	Sientes que las personas que le atendieron fueron idóneas durante su proceso de evolución para la elaboración de su contrato y el crédito.	✓		✓		✓		
18	La comunicación es oportuna con el personal de apoyo del proveedor siempre que lo necesito.	✓		✓		✓		
<b>DIMENSIÓN 4 Calidad de servicio</b>								
19	El outsourcing permite brindar un servicio de calidad y constante Satisfacción al cliente.	✓		✓		✓		
20	Considera el cumplimiento de la seguridad de los servicios de JAAMSA.	✓		✓		✓		
21	Considera suficiente el parque informativo (de impresoras) tercerizados.	✓		✓		✓		
22	Considera adecuado los servicios tercerizados de administración de datos de los clientes.	✓		✓		✓		
23	JAAMSA realiza el monitoreo de los servicios contratados.	✓		✓		✓		
24	Se considera el tiempo de respuesta y recuperación definidos en los niveles de servicio.	✓		✓		✓		
25	Anualmente se preparan iniciativas de mantenimientos mayores a 2 veces.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    **Aplicable** ☒    **Aplicable después de corregir** ☐    **No aplicable** ☐

Apellidos y nombres del juez validador, Dr/ Mg: César Trujillo Hinojosa    DNI: 10336856

Especialidad del validador: Administrador

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

30 de Junio del 2019

  
**Firma del Experto Informante.**

Mg. Villarreal Magan Cecilia



**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE OUTSOURCING.**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
	DIMENSIÓN 1 Proceso de servicio	Si	No	Si	No	Si	No	
1	El proveedor genera contacto con el cliente brindando una impresión positiva acreditando su evaluación crediticia.	✓		✓		✓		
2	La institución dio a conocer el análisis de su evaluación crediticia para justificar la aprobación del contrato de arrendamiento de las fotocopiadoras.	✓		✓		✓		
3	El proveedor conto con el tiempo necesario para evaluar la solicitud de su crédito para el arrendamiento de equipos.	✓		✓		✓		
4	JAAMSA obtiene información en la post venta para conocer y comprender las necesidades del cliente.	✓		✓		✓		
5	Escucha activamente y demuestra interés por su necesidad de servicio a fin de transmitir la satisfacción del cliente.	✓		✓		✓		
6	La institución considero después otorgarle su contrato u otra opción de compra o de recomendación sobre su solicitud de fotocopiadoras.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2 Reducción de costos	Si	No	Si	No	Si	No	
7	La tercerización aumenta la eficiencia en el soporte y servicio de JAAMSA.	✓		✓		✓		
8	Se tiene en cuenta el grado de confianza y compromiso mutuo entre cliente y proveedor.	✓		✓		✓		
9	La tercerización contribuye en fortalecer las capacidades y experiencias del talento humano del personal de JAAMSA.	✓		✓		✓		
10	La tercerización cumple mis expectativas de rentabilidad.	✓		✓		✓		
11	Se tiene en cuenta la optimización de costos de insumos.	✓		✓		✓		
12	La tercerización permite la reducción de tiempo y costos operativos.	✓		✓		✓		

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE FIDELIZACION.**

	DIMENSIÓN 3 Comunicación	Si	No	Si	No	Si	No	
13	Considera el cumplimiento de la continuidad de los servicios de JAAMSA.	✓		✓		✓		
14	Existen problemas de rendimiento, capacitaciones y disponibilidad, y son detectados y resueltos.	✓		✓		✓		
15	Considera adecuado el procesamiento y telecomunicaciones tercerizados de JAAMSA.	✓		✓		✓		
16	Considera Ud. que la institución transmitió la información transparente y clara para su proceso de crédito en su contrato.	✓		✓		✓		
17	Sientes que las personas que le atendieron fueron idóneas durante su proceso de evolución para la elaboración de su contrato y el crédito.	✓		✓		✓		
18	La comunicación es oportuna con el personal de apoyo del proveedor siempre que lo necesito.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 4 Calidad de servicio	Si	No	Si	No	Si	No	
19	El outsourcing permite brindar un servicio de calidad y constante Satisfacción al cliente.	✓		✓		✓		
20	Considera el cumplimiento de la seguridad de los servicios de JAAMSA.	✓		✓		✓		
21	Considera suficiente el parque informático (de impresoras) tercerizados.	✓		✓		✓		
22	Considera adecuado los servicios tercerizados de administración de datos de los clientes.	✓		✓		✓		
23	JAAMSA realiza el monitoreo de los servicios contratados.	✓		✓		✓		
24	Se considera el tiempo de respuesta y recuperación definidos en los niveles de servicio.	✓		✓		✓		
25	Anualmente se preparan iniciativas de mantenimientos mayores a 2 veces.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable** [X] **Aplicable después de corregir** [ ] **No aplicable** [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Villarreal Magan Cecilia DNI: 71673150

Especialidad del validador: Mg. Gestión Empresarial

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

30 de Junio del 2019

*Cecilia Villarreal*

Firma del Experto Informante.



*Cuadro de operacionalización de variables*

	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Niveles	Instrumento
OUTSOURCING	<b>Según Schneider (2014)</b> El Outsourcing se da cuando una empresa transfiere funciones o procesos específicos a un tercero dándole responsabilidades, las instituciones determinan cuáles son sus actividades diarias y ellos las aplican, esta herramienta ayuda a potenciar diferentes ventajas del mercado. Convirtiéndose así en una de las piezas fundamentales de la empresa (P.120).	La variable 1 se medirán mediante las dimensiones de Proceso de Servicio, y Costos a través de un cuestionario mediante 12 ítems, donde se tienen en cuenta los indicadores para la realización del instrumento	Proceso de Servicio	Evaluación Crediticia	1,2,3	(1) Nunca (2) Casi Nunca (3) A veces (4) Siempre (5) Casi Siempre	Cuestionario
				Postventa	4,5,6		
			Reducción de Costos	Mano de Obra	7,8,9		
				Costos	10,11,12		
	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Niveles	Instrumento
FIDELIZACION	<b>Alcaide (2015)</b> La satisfacción del cliente se manifiesta a través de la percepción de un producto o servicio el cual cubra las expectativas o necesidades del consumidor, es relacionado también entre el grado de rendimiento que sí o no, el cliente quedara insatisfecho (P.23).	La variable 2 se medirán mediante las dimensiones de Comunicación, calidad de servicio a través de un cuestionario mediante 13 ítems, donde se tienen en cuenta los indicadores para la realización del instrumento.	Comunicación	Información	13,14,15	(1) Nunca (2) Casi Nunca (3) A veces (4) Siempre (5) Casi Siempre	Cuestionario
				Comprensión al usuario	16,17,18		
			Calidad de servicio	Interacción	19,20,21		
				Resultado	22,23,24,25		

**Fuente:** Elaboración propia

## Matriz de consistencias

<b>PROBLEMA GENERAL</b>	<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<b>HIPÓTESIS GENERAL</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ITEMS</b>	<b>ESCALA Y VALORES</b>	<b>RANGOS</b>
¿Qué relación existe entre Outsourcing y Fidelización en la empresa JAAMSA, Cercado de Lima Año 2019?	Determinar la relación entre Outsourcing y Fidelización en la empresa JAAMSA, Cercado de Lima, Año 2019.	Existe relación entre Outsourcing y Fidelización en la empresa JAAMSA, Cercado de Lima, Año 2019.	<b>Outsourcing</b>	PROCESO DE SERVICIO  REDUCCION DE COSTOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluación Crediticia.</li> <li>Post venta.</li> <li>Mano de obra</li> <li>Costos</li> </ul>	P1, P2, P3  P4, P5, P6  P7, P8, P9 P10, P11, P12	Nunca = 1 Casi nunca = 2 Algunas veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre = 5	Bajo  Medio  Alto
<b>PROBLEMA ESPECIFICO</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>HIPÓTESIS ESPECIFICA</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ITEMS</b>	<b>ESCALA Y VALORES</b>	<b>RANGO</b>
¿Qué relación existe entre Proceso de servicio y Fidelización en la empresa JAAMSA, Cercado de Lima Año 2019?	Determinar la relación entre Proceso de servicio y Fidelización en la empresa JAAMSA, Cercado de Lima, Año 2019	Existe relación entre Proceso de servicio y Fidelización en la empresa JAAMSA, Cercado de Lima, Año 2019	<b>Fidelización</b>	COMUNICACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>Información</li> <li>Comprensión al usuario.</li> </ul>	P13, P14, P15  P16, P17, P18	Nunca = 1 Casi nunca = 2 Algunas veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre = 5	Bajo  Medio
¿Qué relación existe entre costo y Fidelización en la empresa JAAMSA, Cercado de Lima Año 2019?	Determinar la relación entre Reducción de Costo y Fidelización en la empresa JAAMSA, Cercado de Lima, Año 2019.	Existe relación entre Costo y fidelización en la empresa JAAMSA, Cercado de Lima, Año 2019.		CALIDAD DE SERVICIO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Interacción</li> <li>Resultado.</li> </ul>	P19, P20, P21  P22, P23, P24, P25.		Alto

TURNITIN.

Feedback Studio - Google Chrome

https://extrnurntin.com/app/carta/es/?o=1166864366&lang=es&u=1055284503&s=1

feedback studio

in Jdree, -Anell, portocarrero, \_OUTSOURCING\_Y\_FIBELIZACION.docx

5 de 46

Resumen de coincidencias

22 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

1

Emregepo a Universida...

Trabajo del estudiante

8 %

2

Emregepo a Universida...

Trabajo del estudiante

4 %

3

repositorio ucw.edu.pe

Fuente de Internet

3 %

4

Emregepo a Universida...

Trabajo del estudiante

3 %

5

repositorio ucw.edu.pe

Fuente de Internet

1 %

6

repositorio ucw.edu.pe

Fuente de Internet

1 %

7

repositorio ucw.edu.pe

Fuente de Internet

1 %

8

repositorio ucw.edu.pe

Fuente de Internet

1 %

Activar Windows

Ve a Configuración para activar Windows

Emregepo a Universida...

1 %

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Outsourcing y Fidelización en la Empresa Jamsa, Cercado de Lima, 2019

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE

Bachiller en Administración

AUTOR:

Anali Reydelinda Portocarrero Ramos (ORCID)

0009-0001-6744-3744

ASESORA:

Mgr. Maureen Garzaudi, Lurmila Gabriela (ORCID)

0000-0002-0812-3473

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Grupos de Organización

LIMA - PERU

2019

Página: 1 de 26

Número de palabras: 4896

Text-only Report

High Resolution

Apagado

32





**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

CONSTE POR EL PRESENTE, EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE: ADMINISTRACIÓN

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

ANALI REYDELINDA PORTOCARRERO RAMOS.

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN TITULADO:

OUTSOURCING Y FIDELIZACIÓN EN LA EMPRESA JAAMSA. CERCADO DE LIMA, 2019.

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:


BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA : 12 DE JULIO 2019

NOTA O MENCIÓN : 15



Firma y Sello  
Dr. Víctor Benjamín Dávila Arenaza

	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN</b>	
---	---	--

Yo, Víctor Demetrio Dávila Arenaza, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo campus Lima Norte, revisor (a) del trabajo de investigación titulado: "OUTSOURCING Y FIDELIZACIÓN EN LA EMPRESA JAAMSA. CERCADO DE LIMA, 2019", de la estudiante PORTOCARRERO RAMOS ANALI REYDELINDA, constato que la investigación tiene un índice de similitud del 22% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito(a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender el trabajo de investigación cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, 31 de Julio de 2019

  
 Dr. Víctor Demetrio Dávila Arenaza  
 D.N. 08467692  
 Docente - Asesor

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	-------------------------------	--------	---------------------	--------	------------------------------------





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)  
"César Acuña Peralta"

## FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN O LA TESIS

### 1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

PORTOCARRERO RAMOS ANALI REYDELINDA

D.N.I. : 44273072

Domicilio : Los Condominios Torres del campo Block F08 Dpto.506.  
Comas

Teléfono : Fijo : 2448251 Móvil : 964335136

E-mail : anali\_ramos\_14@hotmail.com

### 2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

☒ Trabajo de Investigación de Pregrado

☐ Tesis de Pregrado

Facultad : CIENCIAS EMPRESARIALES

Escuela : ADMINISTRACIÓN

Carrera : ADMINISTRACIÓN

☒ Grado ☐ Título

BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN

☐ Tesis de Post Grado

☐ Maestría

☐ Doctorado

Grado : .....

Mención : .....

### 3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

PORTOCARRERO RAMOS ANALI REYDELINDA

Título del trabajo de investigación o de la tesis:

OUTSOURCING Y FIDELIZACIÓN EN LA EMPRESA JAAMSA. CERCADO  
DE LIMA, 2019.

Año de publicación : 2019.

### 4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento, Autorizo a publicar solo parte de mi trabajo  
de investigación o tesis.

Firma :

Fecha :

06/09/19